

《互联网时代的市场营销》

【主要学习内容】：

- 学习营销实战工具
- 掌握战略设计的基本方法
- 了解互联网思维
- 树立科学管理思维
- 解决实战疑难问题

【学习目标】：

- ✓ 了解战略与互联网思维的基本概念
- ✓ 学习战略管理的相关工具
- ✓ 树立科学管理的意识
- ✓ 通过测试和分析制定适合自己的战略发展规划

【培训方式】：

本课程采用立体的教学手段，结合讲授、启发式互动教学、讨论问答、案例分析、现场实战演练等多种授课方式，有效活跃课堂气氛，并增强学员的学习效果。

通过讨论，学员可以自己产出较多的思路，记忆深刻。课堂上的现场演练，

给学员展示现实工作中的情景，既学习了处理各种问题的思路，也能对学员的表现进行评价，使学员无论在理念上还是技能上都得到提升。

【课程大纲】：

一、营销战略

- 1、战略的意义与作用
- 2、局与势——“化”的力量
- 3、客户的变化
- 4、互联网思维——极致的客户体验
- 5、SWOT分析法

二、战略与模式选择

- 1、定位
- 2、三种竞争模式
- 3、传统行业与互联网思维
- 4、商业模式的革命——让客户更快、更笨、更简洁、更快乐
- 5、沿价值链延伸

三、推广与传播

- 1、品牌的建立过程

- 2、组合推广策略
- 3、传播与推广的区别
- 4、传播的要素有哪些
- 5、用科学的态度打造自媒体

四、量化的营销管控

- 1、什么是科学管理
- 2、大数据理念
- 3、量化的品牌调查
- 4、营销报表设计原则
- 5、营销报表案例分析

五、营销组织建设

- 1、营销组织架构
- 2、矩阵式还是直线式
- 3、渠道与直营的协作
- 4、营销的薪酬与激励
- 5、重视人性的特点

六、高端客户销售策略

- 1、“物依稀为贵”——价值取决于稀缺性
- 2、从 4P、4C 到 4R 看销售理念的转变
- 3、顾问式营销
- 4、关注客户核心需求
- 5、价值与价格

七、建立良好的客户关系

- 1、完美销售的特征
- 2、建立积极的情绪和气氛
- 3、快速拉近客户距离的四大手段
- 4、资深客户的交流策略
- 5、提问的方式和技巧
- 6、现场演练：初次拜访高端客户

八、大项目运作策略

- 1、有效影响与说服
- 2、找到最终的决策者，展示不可替代的价值
- 3、做好技术层面工作，为决策者拍板创造有力环境
- 4、长短组合、远近组合与概念营销

5、经典大项目案例分析